

## سازه‌های مؤثر بر کارآفرینی در مناطق گردشگری شهرستان همدان (مطالعه موردی مناطق گردشگری بخش مرکزی)

بیژن رحمانی

دانشیار جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

پگاه مرید سادات

استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

سید حسین شاهد<sup>۱</sup>

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین،

دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۱۶

### چکیده

هدف از مطالعه حاضر بررسی سازه‌های مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در زمینه در مناطق گردشگری شهرستان همدان که به صورت موردی در مناطق گردشگری بخش مرکزی می‌باشد. برای رسیدن به هدف تحقیق، از روش تحقیق نوع ترکیبی (توصیفی - تحلیلی) استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خانوارهای ساکن در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان می‌باشند ( $N=23476$ ). روش نمونه‌گیری در این مطالعه به صورت طبقه‌ای چند مرحله‌ای تصادفی با انتساب متناسب بوده و حجم نمونه‌ی مورد مطالعه از طریق رابطه کوکران ( $n=396$ ) محاسبه شده است. ابزار تحقیق، پرسشنامه‌های بود که روایی آن براساس نظر گروهی از کارشناسان و اساتید دانشگاه تأیید گردید و برای تعیین میزان پایایی ابزار تحقیق، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. داده‌ها با استفاده از مدل تحلیل تشخیصی و به وسیله‌ای نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد، حدود ۴۲ درصد از افراد مورد مطالعه در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان هیچ‌گونه فعالیت اقتصادی یا کسب و کاری در زمینه گردشگری که باعث کسب درآمد برای خانوار خود شود، ندارند. همچنین، نتایج تحلیل تشخیصی گویای آن بود که با توجه به مقادیر لاندای ویلکس، متغیرهای سن، سطح تحصیلات، درآمد خانوار از بخش کشاورزی، شغل فرعی، خلاقیت یا روحیه نوپذیری، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی و قصد و نیت کارآفرینانه در مقایسه با دیگر متغیرها بهتر قادر به پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه در بین روستاییان مورد مطالعه هستند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، گردشگری، تحلیل تشخیصی، همدان.

## مقدمه

گردشگری برای احیای اقتصادی و تحرک نیروی انسانی و کار در مناطق رو به افول روستایی فرصت مناسبی فراهم می‌کند، زیرا تنها فعالیتی است که می‌تواند در کنار فعالیت‌های کشاورزی سنتی و صنایع روستایی که به سرعت در حال از بین رفتن هستند، قرار گیرد و باعث شود که روستاییان علاوه بر فعالیت‌های روزمره‌ی خود، از منبع درآمد دیگری نیز بهره‌مند شوند. از این رو امروزه، گردشگری در مناطق روستایی و دور افتاده، اهمیت ویژه‌ای یافته و وسیله‌ای برای رفاه جوامع محلی تلقی می‌شود (Saghahi & Javanbakht, 2012). علاوه بر این گردشگری در سطح محلی برای صاحبان تجارت با سرمایه‌ی نسبتاً اندک، رشد اقتصادی نظام‌مندی فراهم می‌کند و جایگزین بالقوه‌ای برای فعالیت‌های سنتی در روستا و کارگران محلی ارائه می‌دهد (Hall et al., 2005). فعالیت‌های گردشگری روستایی اصولاً از نوع بنگاه‌های اقتصادی کوچک است. شرکت‌های کوچک اغلب می‌توانند واکنش سریعی به نیازها و بازارهای جدید نشان بدهند و این مقدمه برای انواع نوآوری‌ها است. کارآفرینی هم به‌طور فزاینده‌ای به عنوان یک کانال قابل توجه برای تبدیل محصولات و خدمات سازگار با محیط‌زیست شناخته می‌شود. متفکران متعددی از کارآفرینی پایدار به عنوان اکسیری برای بسیاری از نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی حمایت می‌کنند (Hall et al., 2010). در این زمینه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان و گردشگری می‌شود و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزار پیشرفت و توسعه‌ی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت پذیری، حفظ محیط زیست) می‌شود (Verheul, 2002)، به ویژه توجه به کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه‌ی پایدار روستایی گردد (Jamshidi et al., 2015). چرا که از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه‌ی گردشگری گردهم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه‌ی جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود. بنابراین، روستاییان کارآفرین گردشگری ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را ترکیب کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید و یا ارتقا یافته را به نام گردشگری روستایی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آنها تولید می‌کند و به عبارتی دیگر می‌توان همان برداشت شومپیتر از کارآفرینان را، که کارآفرینان روستایی با تخریب خلاقانه‌ی خود یک کالای جدید، یک شیوه‌ی تولید جدید و در نهایت شیوه‌های سازمان‌دهی الگوهای تولید و منابع را در گردشگری خلق می‌کنند که ویژگی اساسی آنها نوآوری است، داشت (Roknodin Eftekhari et al., 2014).

بخش مرکزی شهرستان همدان در مجموع دارای ۶۹ نقطه روستایی است. همچنین در این محدوده بیش از ۲۷ منطقه گردشگری (تاریخی، طبیعی و مذهبی) از جمله روستای قاسم آباد (مذهبی)، روستای سرخ آباد (تاریخی)، روستای ورکانه (طبیعی - یکی از ۲۱ روستای هدف گردشگری استان)، روستای مزاگرد (تاریخی)، روستای شورین (تاریخی - مذهبی)، دره حیدره، دره دیوین (چشمه ملک)، پیست تاریک دره، سنگ کلاه قاضی روستای ارزانفود، حمام تاریخی روستای شیرآباد، قلعه دوره قاجاریه روستای یکن آباد، تپه تاریخی روستای چشین (تخت رستم)، تپه

تاریخی مرجان روستای ایوک و ... واقع شده است. روستاهای محدوده‌ی مورد مطالعه پژوهش، که معیشت غالب ساکنانش کشاورزی و باغداری می‌باشد و با مشکلات عدیده‌ای همچون: خشکسالی‌های پی‌درپی و افت آب‌های زیرزمینی روبه‌رو هستند؛ که در نهایت منجر به ضعف فعالیت‌های کشاورزی و کاهش درآمد روستاییان گردیده که قطعاً در صورت عدم برنامه‌ریزی دقیق و آینده‌نگر، ساکنان روستاهای مورد نظر از نظر معیشت و اشتغال در آینده با مشکل روبرو خواهند شد، اگرچه در حال حاضر براساس آخرین سرشماری رسمی کشور در سال ۱۳۹۵، حدود ۳۲ درصد جمعیت بالای ۱۰ سال منطقه مورد مطالعه شاغل می‌باشند و این نشان از وضعیت ضعیف اشتغال در منطقه مورد نظر، به‌ویژه مناطق روستایی است.

بنابراین، براساس موارد گفته شده می‌توان گفت کارآفرینی گردشگری روستایی که راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار بوده و به عنوان یک راهبرد نوین در توسعه‌ی مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال‌زایی بالا، می‌تواند برای روستاییان منطقه مورد مطالعه (بخش مرکزی شهرستان همدان)، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد نماید و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید. اما باید توجه داشت که توسعه کارآفرینی متناسب با برخورداری مکان‌ها و فراهم بودن ظرفیت‌های لازم امکان‌پذیر است؛ زیرا نبود ظرفیت‌های لازم در برخی از مناطق، امکان شکل‌گیری روحیه و انگیزه کارآفرینی را فراهم نمی‌سازد. این امر به ویژه در مناطق روستایی اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا مطابق با ارزیابی‌های انجام گرفته، پایین بودن میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌های اولیه کارآفرینی با شرایط خاص محیط‌های روستایی، از جمله انزوای جغرافیایی، محرومیت، محدودیت فرصت‌ها و امکانات و خدمات اولیه و ضروری زیربنایی و ارتباطی مرتبط است. بنابراین، بررسی محیط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ویژگی‌های فردی - روانشناختی روستاییان در این زمینه ضروری و با اهمیت به نظر می‌رسد. لذا، براساس موارد گفته شده؛ هدف از مطالعه حاضر بررسی سازه‌های مؤثر بر کارآفرینی در مناطق گردشگری روستایی شهرستان همدان (بخش مرکزی) بوده و به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال اصلی مطالعه «کارآفرینان مناطق گردشگری روستایی منطقه مورد مطالعه دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟ و آیا کارآفرینان مورد نظر از نظر مکانی - فضایی دارای ویژگی خاصی هستند؟»

## مروری بر ادبیات موضوع

### کارآفرینی و کارآفرین

فرآیند کارآفرینی دارای اجزای نگرشی و رفتاری است. از نظر نگرشی، فرآیند کارآفرینانه به تمایل یک فرد یا سازمان از برای بهره‌گیری و استفاده از فرصت‌های جدید و ایجاد تغییر خلاقانه اشاره دارد (Miller and Friesen, 1982). از نظر رفتاری، فرآیند کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از اقدامات است که برای شناسایی و ارزیابی یک فرصت، تعریف یک مفهوم تجاری و کاری، شناسایی منابع مورد نیاز، به دست آوردن منابع ضروری و پیاده‌سازی و بهره‌برداری از کسب و کار ضروری می‌باشند (Setevenson, 1989). کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد، فقط شرایط خاص مناطق روستایی از جمله بالاتر بودن ریسک، و کمبود امکانات و ضعف

مدیریت در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در روستا متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد. کارآفرین روستایی به دنبال شناخت فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، کاربری اراضی و استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه در مسیر توسعه روستایی است. کارآفرینی روستایی می‌تواند تجارت و کسب و کار را در مشاغل کشاورزی و غیرکشاورزی گسترش دهد (Rezvani & Najjarzadeh, 2009). همچنین، کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که تولید یا خدمت جدیدی را معرفی یا بازار جدیدی را ایجاد می‌کند، یا از فناوری جدیدی در محیط روستایی استفاده می‌کند (Heriot & Campbell, 2002).

### ویژگی‌های برجسته کارآفرینان

**ریسک‌پذیری:** ریسک‌پذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی آن نیز بی‌اطلاع باشد (Burns, 2001). **خلاقیت:** صاحب‌نظران، مرکز ثقل حرکات نوین در آینده را خلاقیت و میزان بهره‌گیری از تفکر خلاق می‌دانند. لذا خلاقیت ابزاری برای کارآفرینان است که با آن می‌توانند فرصت‌های موجود را شناسایی و از آنها بهره‌برداری کنند. از عوامل مؤثر بر خلاقیت می‌توان مواردی از قبیل؛ جنسیت، موقعیت اقتصادی - اجتماعی خانواده، ترتیب تولد فرد، وسعت خانواده، تأثیرات محیط شهری و ... اشاره نمود (Imani Jajarmi & Pour Rajab, 2011).

**اعتمادبنفس:** کارآفرین دارای ویژگی‌های عزم و اراده، اعتماد به نفس و استقلال‌طلبی، سرسخت و مصمم بودن، توانایی به سرعت متعهد و غیر متعهد شدن، انضباط، اصرار بر حل مساله، آمادگی برای از دست دادن منافع و غرق شدن کامل در کار از ویژگی‌های کارآفرین است. **استقلال‌طلبی:** استقلال‌طلبی همان چیزی است که روان‌شناسان آن را سلطه‌جویی درونی می‌نامند؛ سلطه‌جویی درونی آن است که فرد احساس کند خود بر سرنوشت خویش احاطه دارد (Ahmadpour Daryani, 2002). **توفیق‌طلبی:** توفیق‌طلبی عبارت است از گرایش به انجام کار در استانداردهای عالی برای موفقیت در موقعیت‌های رقابتی (همان) افراد با انگیزه توفیق‌طلبی بالا، گرایش بیشتری به حل چالش‌های پیش روی خود داشته، افرادی مبتکر و در جستجوی راهکارهای بهتر برای بهبود عملکرد خود هستند و نیز تعیین هدف‌ها، تلاش برای تحقق آنها و نمایش عملکرد بالا در وظایف چالشی، از ویژگی‌های آنان می‌باشد (Gurol and Atsan, 2006). توفیق‌طلبان نتایج و تلاش‌های ارزشمندشان را در احساس رضایت و اتمام با موفقیت کار لمس کنند (Chell, 2008). **قصد و نیت:** مبنای اصلی شکل‌گیری رفتارهای ارادی افراد و در واقع بهترین متغیر پیش‌بینی‌کننده رفتار آنهاست. نظر به دیدگاه پیتر دراگر، مبنی بر اینکه کارآفرینی، سرانجام رفتار است، بنابراین قصد کارآفرینانه به دلیل ارادی و آگاهانه بودن آن منجر به رفتار کارآفرینانه می‌شود. این رفتار شامل مجموعه فعالیت‌های مستقیم و غیر مستقیم مربوط به تشخیص، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست (Zali et al., 2012).

Cooper et al. (۱۹۸۸) در مطالعه خود به عواملی مانند ژنتیک خانواده، آموزش و تجربه‌ها، مکان جغرافیایی، مهارت دانش کسب شده، ارتباط با افراد کارآفرین، دسترسی به سرمایه، Tropman & Morningstar (۱۹۸۹) به ویژگی‌های فردی، شخصیتی و روانشناختی و Timmons (۱۹۹۹) به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، محیط (فرصت‌ها و نبود

قطعیت و ابهام)، رفتار یا عملکرد (ابتکار، قبول مسئولیت شخصی، نظارت بر عملکرد، تحمل ابهام، استفاده از پول به-عنوان معیار و اولویت به کار)، هدف (خلق نوآوری و ابتکار و رشد کاری) و نتایج (موفقیت و شکست) اشاره کرده-اند. همچنین، Ahmadpour Daryani (۲۰۰۲) در مطالعه خود عوامل فردی و انسانی (خطرپذیری، توان روحی و روانی، انگیزه، خلاقیت)، Imani Jajarmi & Pour Rajab (۲۰۱۱) متغیرهای ترکیبی سن - تحصیلات، سن - مطالعه مطبوعات، تحصیلات - تردد به شهر و تحصیلات - مطالعه مطبوعات، سن - تردد به شهر، Rasekhi et al. (۲۰۱۶) سازماندهی و رهبری، فرصت، روابط، عوامل محیطی و سابقه، Toosi et al. (۲۰۱۵) ریسک‌پذیری، میزان درآمد از شغل اصلی، سطح دانش نسبت به کارآفرینی و سطح سواد و Jamshidi et al. (۲۰۱۵) سطح تحصیلات، تعداد سهام، تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی، میزان درآمد و سابقه فعالیت در شغل مورد نظر را مورد بررسی قرار داده‌اند. Hosseininia & Fallai (۲۰۱۷) در مطالعه خود به عوامل فردی، فرهنگی - اجتماعی، نهادی، طبیعی و بوم‌شناختی، Ghasemi & Asadi (۲۰۱۰) به عوامل آموزشی، روانشناختی، ارتباطی و دانشگاهی و Jafari Moghadam et al. (۲۰۱۱) به متغیرهای نگرش، هنجارهای اجتماعی و خودباوری، حمایت‌های اجتماعی، مهارت‌های کارآفرینانه، عوامل اقتصادی - اجتماعی، Roknodin Eftekhari et al. (۲۰۱۴) و SafarAliakbari, & Sadeghi, (۲۰۱۰) و Ezami و (۲۰۱۷) به عوامل اقتصادی، اجتماعی، عوامل فردی، عوامل محیطی، آموزشی و روانشناختی اشاره کرده‌اند.

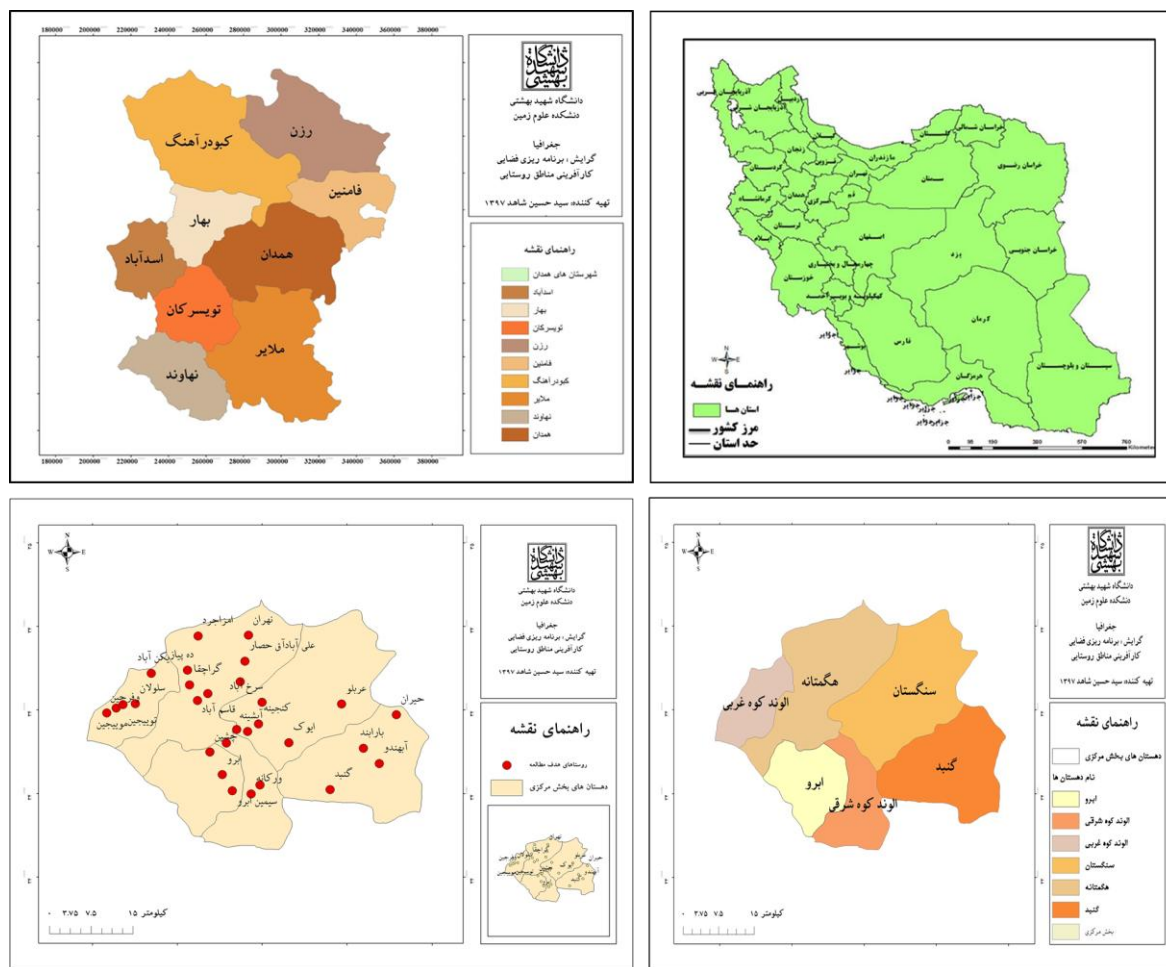
## روش‌شناسی

### معرفی منطقه

بخش مرکزی شهرستان همدان در ناحیه میانی شهرستان و در گستره‌ای به مساحت ۱۵۰۰ کیلومتر معادل ۳۶ درصد از مساحت کل شهرستان و بین ۳۴ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۳۶۵ درجه ۱۵ دقیقه عرض جغرافیایی ۴۸ درجه ۲۷ دقیقه طول جغرافیایی از نصف النهار گرینویچ واقع شده است. این بخش از شمال به شهرستان بهار، از جنوب به شهرستان تویسرکان و ملایر، از شرق به بخش شراء و از غرب به شهرستان اسدآباد محدود می‌شود.

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی است، از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها، میدانی بوده، و از نظر بررسی روابط بین متغیرها از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه خانوارهای ساکن در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان می‌باشند ( $N=23476$ ). روش نمونه‌گیری در این مطالعه به صورت طبقه‌ای چند مرحله‌ای تصادفی با انتساب متناسب بوده و حجم نمونه‌ی مورد مطالعه از طریق رابطه کوکران ( $n=387$ ) محاسبه شده است. لازم به توضیح است برای جلوگیری از خطاهای آماری و بالارفتن اطمینان، ۵٪ نمونه انتخابی نیز به نمونه مورد نظر اضافه گردید و در نهایت ۳۹۶ نفر (سرپرست خانوار) به عنوان نمونه نهایی مورد هدف مطالعه از دهستان‌های ابرو (۳ روستا)، الوندکوه شرقی (۴ روستا)، الوندکوه غربی (۵ روستا)، سنگستان (۶ روستا)، گنبد (۳ روستا) و هگمتانه (۸ روستا) انتخاب شدند (جدول ۱). ابزار اصلی تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه می‌باشد. به منظور تعیین قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه، آزمون مقدماتی (۳۰ پرسش‌نامه) در یکی از روستاهای خارج از محدوده‌ی آماری (بخش شراء)، انجام گرفت. روایی عوامل مورد سنجش در پرسشنامه از روش صوری و با استفاده از نظرات

اساتید دانشگاه و پایایی آن نیز با آلفای کروناخ ارزیابی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد که نتایج بدست آمده (۰/۷۰۸ تا ۰/۸۴۲) نشان از قابلیت اعتماد و اعتبار بالا به ابزار مورد تحقق است.



شکل (۱). موقعیت بخش مرکزی شهرستان همدان

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۶

در این تحقیق پرسش‌نامه به‌عنوان مهم‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات مشتمل بر دو بخش بود. بخش اول پرسش‌نامه مربوط اطلاعات شخصی و حرفه‌ای مربوط به افراد مورد مطالعه بود. بخش دوم پرسش‌نامه شامل شش قسمت خلاقیت (با استفاده از ۱۲ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی: گویه‌هایی مانند تغییر در افکار و زندگی، کسب اطلاعات و حل مسائل و مشکلات، سازماندهی زندگی و ...)، ریسک‌پذیری (با استفاده از ۱۲ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی: گویه‌های مربوط به سرمایه‌گذاری بالا، به‌کارگیری روش‌های تجربه‌نشده، تحلیل وضعیت، استفاده از فناوری نوین و ...)، اعتماد به نفس (با استفاده از ۱۲ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی: گویه‌هایی مانند سخت تلاش کردن، دلسرد نشدن از شکست، بدست آوردن خواسته‌ها، نرفتن به دنبال افکار مربوط به شانس، استفاده درست از فرصت‌ها و ...)، استقلال‌طلبی (با استفاده از ۶ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی: گویه‌هایی مانند انجام کارهای جدید، انجام کارها به روش خاص، رهبر بودن و ...)، توفیق‌طلبی (با استفاده از ۶ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی: گویه‌هایی مانند همکاری با افراد مورد علاقه، تلاش زیاد، نتیجه‌گرا بودن و ...)، قصد و نیت (با استفاده از ۱۵ گویه در سطح لیکرت پنج‌بخشی و در سه زیربخش اصلی کنترل رفتار ادراک شده، هنجارهای جامعه و نیت و نگرش)

می‌باشد. لازم به توضیح است که در این مطالعه برای بررسی و مشخص شدن فرد کارآفرین، از روستاییان مورد مطالعه خواسته شد تا مشخص نمایند که آیا در زمینه کارآفرینی (ایجاد کسب و کار در زمینه گردشگری) فعالیت خاصی را انجام داده‌اند؟ و یا اینکه آیا ایده خاصی در زمینه مورد هدف مطالعه (کارآفرینی و یا به عبارتی دیگر ایجاد کسب و کار در مناطق گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان) دارند که در آینده نزدیک بتوانند آن را عملی کرده و باعث اشتغال‌زایی و کسب درآمد شوند؟ که پس از جمع‌آوری اطلاعات، وضعیت هر فرد مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی (بله، خیر و یا آینده نزدیک عملی می‌شود) مشخص شده است. در این مطالعه، برای تجزیه و تحلیل آماری، از آمار توصیفی و همچنین، برای بررسی هدف اصلی این مطالعه از مدل تحلیل تشخیص، آزمون‌های  $t$  مستقل و من‌ویتی استفاده شده است.

#### یافته‌ها

##### ویژگی‌های شخصی - حرفه‌ای

نتایج توصیفی حاصل از بررسی میدانی خانوارهای روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان نشان می‌دهند، میانگین سنی افراد مورد مطالعه ۳۹/۷۴ سال با انحراف معیار ۱۱/۵۲، اکثریت (۸۲/۱ درصد) افراد مورد مطالعه مرد و از نظر سواد، اکثریت (مُد) افراد مورد نظر دارای تحصیلاتی در سطح راهنمایی (سیکل) بوده‌اند (۳۰/۳ درصد). براساس نتایج بدست آمده، بعد خانوار در بین خانوارهای مورد مطالعه ۴ نفر، شغل اصلی و غالب آنها کشاورزی (۳۵/۹ درصد) و ۴۷/۵ درصد از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند داری شغل دوم نمی‌باشند. همچنین نتایج اولیه نشان داد، که حدود ۶۰ درصد از درآمد کل خانوارهای مورد مطالعه از طریق کشاورزی، با میانگین ۱۳ میلیون و ۶۱۰ هزار تومان در سال تأمین می‌گردد. نتایج نشان داد، اکثریت شاخص‌های مربوط به روحیه، قصد و نیت کارآفرینانه افراد مورد مطالعه در سطح متوسط به پایین می‌باشند که این وضعیت بیشتر در شاخص خلاقیت (۴۲/۹ درصد)، توفیق طلبی (۴۲/۴ درصد) و قصد و نیت کارآفرینانه (۴۱/۲ درصد) قابل مشاهده است. همچنین، حدود ۴۱ درصد از افراد مورد مطالعه دارای اعتماد به نفسی در سطح کم و خیلی کمی در رابطه با ایجاد کسب و کار و رفتارهای کارآفرینانه هستند و همین عامل بر روحیه نوپذیری و درجه‌ی خطرپذیری (ریسک‌پذیری) آن‌ها نیز تأثیر مستقیم گذاشته و باعث شده که ۵۰ درصد از روستاییان مورد مطالعه در مناطق گردشگری بخش مرکزی شهرستان همدان دارای رفتارهای ریسکی کم و خیلی کمی در زمینه ایجاد کسب و کار و رفتارهای کارآفرینانه داشته باشند.

##### بررسی وضعیت کارآفرینی در بین افراد مورد مطالعه

نتایج نشان داد، ۴۱/۹ درصد از روستاییان مورد مطالعه در بخش مرکزی شهرستان همدان هیچ گونه فعالیت اقتصادی (ایجاد کسب و کار) در بخش گردشگری انجام نداده و ۵۸/۱ درصد نیز در بخش گردشگری با راه‌اندازی کسب و کارهای مختلف مشغول به فعالیت بوده و به عبارتی دارای رفتاری کارآفرینانه بوده که ۳۱/۳ درصد آنها نیز دارای سابقه‌ای ۵ تا ۱۰ سال، ۱۵/۹ درصد دارای سابقه ۵ سال و کمتر و ۱۰/۹ درصد دارای سابقه بیشتر از ۱۰ سال را نیز دارا بوده‌اند. البته لازم به توضیح است، براساس نتایج بدست آمده، بیشترین فعالیت اقتصادی روستاییان مورد مطالعه

در بخش گردشگری در زمینه‌های فروش محصولات دامی (۱۱/۶ درصد) و فروش محصولات دامی و غذاهای محلی (۹/۶ درصد) بوده است.

### مقایسه میانگین ویژگی‌های روستاییان مورد مطالعه براساس رفتار کارآفرینانه (بله/خیر)

براساس نتایج بدست آمده در جدول ۲ می‌توان عنوان کرد، در بین روستاییان مورد مطالعه در زمینه راه‌اندازی کسب و کارهای مختلف در مناطق گردشگری (رفتار کارآفرینانه) از نظر میانگین سن، درآمد خانوار از کشاورزی، سطح تحصیلات، شغل فرعی، سطح خلاقیت (روحیه نوپذیری)، ریسک‌پذیری (درجه خطرپذیری)، اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی و قصد و نیت کارآفرینانه در سطح اطمینان ۹۵ درصد اطمینان اختلاف وجود دارد. همچنین، نتایج نشان داد که در بین روستاییان مورد مطالعه در زمینه راه‌اندازی کسب و کارهای مختلف در مناطق گردشگری (رفتار کارآفرینانه) به لحاظ بعد خانوار اختلاف معنی‌داری وجود ندارد ( $\text{sig} = ۰/۸۶۹$ ) و به عبارتی دیگر تعداد فرزندان یا افراد یک خانوار در انجام رفتارهای کارآفرینانه در بین یک خانوار تأثیرگذار نمی‌باشد. نتایج موجود در جدول ۲ نشان می‌دهد که روستاییان دارای رفتارهای کارآفرینانه (ایجاد کسب و کارهای مختلف در زمینه گردشگری) جوان‌تر بوده ((Imani Jajarmi & Pour Rajab, 2011; Jamshidi et al., 2015) می‌باشند. همچنین، از نظر سطح درآمد خانوار از کشاورزی دارای درآمدی بیشتر (Toosi et al., 2005; Ezami, 2011; Hosseininia & Fallai, 2017) دارای شغل فرعی (et al., 2005; Jamshidi et al., 2015)، از نظر سطح خلاقیت یا روحیه نوپذیری، خلاق‌تر (Timmons, 1999; Ahmadpour Daryani, 2002)، از نظر ریسک‌پذیری دارای روحیه‌ی نوپذیرتر و قابلیت بالای خطرپذیری را دارند (Ahmadpour Daryani, 2002). به لحاظ وضعیت اعتماد به نفس، دارای وضعیتی مناسب‌تر (Jafari Moghadam et al., 2011) و میزان استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی در این گروه از روستاییان مورد مطالعه نسبت به سایر روستاییان مورد مطالعه در مناطق گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان بالاتر است (Ghasemi & Asadi, 2010; Tropman & Morningstar, 1989).

جدول (۱). مقایسه ویژگی‌های شخصی، اجتماعی و اقتصادی روستاییان مورد مطالعه بر حسب طبقه‌بندی سطوح رفتاری کارآفرینانه

Sig	میزان آماره	نوع آزمون	رفتار کارآفرینانه		متغیرهای مستقل
			بله	خیر	
۰/۰۰۰	-۴/۵۶**	t*	۴۲/۵	۳۷/۵	سن
۰/۰۰۰	-۵/۳۲**	Mann-Whitney U	۱۶۳/۲	۲۲۳/۴	سطح تحصیلات
۰/۸۶۹	-۰/۱۶۵ <sup>ns</sup>	Mann-Whitney U	۱۹۹/۶	۱۹۷/۷	تعداد اعضای خانوار
۰/۰۰۰	۶/۹۳**	t	۱۱/۹۸	۱۴/۷۶	درآمد خانوار از کشاورزی
۰/۰۰۰	-۳/۸۹**	Mann-Whitney U	۱۷۳/۴	۲۱۶/۲	داشتن شغل فرعی
۰/۰۰۴	۴/۸۴**	t	۲/۹	۳/۳۶	خلاقیت (روحیه نوپذیری)
۰/۰۳۷	۲/۸۵**	t	۲/۳۴	۲/۶۵	ریسک‌پذیری (درجه خطرپذیری)
۰/۰۰۰	۳/۵۲**	t	۲/۵۹	۳/۰۶	اعتماد به نفس
۰/۰۰۵	۳/۹۲**	t	۲/۵۸	۳/۰۷	استقلال‌طلبی
۰/۰۰۰	۳/۵۳**	t	۲/۶۲	۲/۹۹	توفیق‌طلبی
۰/۰۰۰	۴/۰۴**	t	۲/۶۲	۳	قصد و نیت

منبع: یافته‌های تحقیق \* آزمون t مستقل. \*\* سطح معنی‌داری ۹۵ درصد <sup>ns</sup> عدم معنی‌داری



تابع (یا مدل) تشخیصی برای تعیین روستاییان مورد مطالعه برحسب تعلق به گروه‌های مورد نظر (کارآفرین یا سایر) نتایج مدل تشخیصی نشان داد، ضریب همبستگی متعارف یا کانونی (Canonical correlation) بین متغیر گروه و نمره تشخیصی، از همبستگی بسیار بالایی وجود دارد (۰/۷۹۷). باتوجه به اینکه ضریب همبستگی متعارف یا کانونی برابر با  $R^2$  در رگرسیون خطی است، پس می‌توان گفت متغیرهای وارد شده به مدل ۷۹/۷ درصد از تغییرات واریانس متغیر وابسته یا ایجاد کسب و کار در زمینه گردشگری (رفتار کارآفرینانه) را تبیین می‌نماید. معیار دیگر در ارزیابی تابع تشخیصی، مقدار ویژه (Eigen value) می‌باشد که در این مدل مقدار ویژه برابر ۰/۶۲۱ بود و نشان دهنده این است که مدل توانایی نسبتاً قوی دارد. هرچه مقدار این آماره به عدد ۱ نزدیک باشد، توان مدل بیشتر خواهد بود. مقدار Wilk's Lambda = 0.364 مبین این است که اختلاف معنی‌داری بین میانگین نمره تشخیصی دو گروه وجود دارد. به عبارت دیگر، تابع حاصل از این مدل می‌تواند دو گروه از روستاییان مورد نظر را به طور معنی‌داری متمایز کند. جدول ۳ در دو بخش رفتار کارآفرینانه و متمایزکننده کانون‌ها ارائه شده است. بخش رفتار کارآفرینانه شامل اطلاعات مربوط به میزان ضرایب تابع طبقه‌بندی (بله / خیر) بوده که هر ستون برآوردی از ضرایب را برای هر یک از تابع تشخیصی به تفکیک برای هر گروه نشان می‌دهد. لازم به توضیح است که از این اطلاعات برای طبقه‌بندی در داخل گروه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما، در بخش متمایزکننده کانون‌ها دو زیربخش الف) ضرایب استاندارد شده تابع تشخیصی کانونی که همانند ضریب Beta در رگرسیون خطی بوده و ب) ضرایب تابع تشخیصی کانونی یا نمرات تشخیصی استاندارد نشده برای هر متغیر مستقل که معادل ضریب b در رگرسیون خطی است، قابل مشاهده است. لذا، باتوجه به اطلاعات موجود در بخش متمایزکننده کانون‌ها (زیربخش ضرایب استاندارد نشده)، بر مبنای مقدار ثابت و ضرایب متغیرهای وارد شده، می‌توان توابع طبقه‌بندی را برای توصیف پیش‌بینی روستاییان مورد نظر برحسب تعلق به طبقه رفتاری مورد نظر (کارآفرین یا سایر) در نظر گرفت و قرار دادن مشخصات هر فرد جامعه و تعیین حداکثر مقدار y در هر کدام از توابع تشخیصی خطی فیشر می‌توان پیش‌بینی کرد که فرد مورد نظر به کدام طبقه از روستاییان مورد نظر تعلق دارد.

جدول (۲). ضرایب توابع طبقه‌بندی برای پیش‌بینی روستاییان مورد مطالعه برحسب گروه‌های رفتاری

متغیر پیش‌بین	رفتار کارآفرینانه		متمایزکننده کانون‌ها	
	بله	خیر	ضرایب استاندارد	ضرایب استاندارد نشده
عدد ثابت	-۳۴/۲۴	-۲۸/۸۹	-	-۴/۵۹
سن	۰/۴۱۱	۰/۴۴۲	-۰/۲۸۸	-۰/۰۲۶
سطح تحصیلات	۳/۳	۲/۹	۰/۳۸۳	۰/۳۴۶
درآمد خانوار از کشاورزی	۰/۸۹۵	۰/۸۳۹	۰/۵۳۴	۰/۱۳۶
داشتن شغل فرعی	۰/۲۳۹	۰/۱۴۹	-	-
خلاقیت (روحیه نوپذیری)	۲/۹۵	۲/۵۷	۰/۳۴۳	۰/۳۷۱
ریسک‌پذیری (درجه خطرپذیری)	۰/۹۰۱	۰/۹۵۴	-	-
اعتماد به نفس	۰/۲۶۷	۰/۱۱۳	۰/۲۴	۰/۱۸۶
استقلال‌طلبی	-۰/۵۲۸	-۰/۶۰۳	-	-
توفیق‌طلبی	۱/۵	۱/۳	-	-
قصد و نیت	۳/۵۸	۳/۲۵	۰/۳۱۸	۰/۳۴۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

Chi-square = 105.8 Wilks Lambda = 0.364 Sig = 0.000

نتایج ارزیابی نهایی تابع (جدول آشفستگی) نشان داده، تابع  $67/7$  درصد از موارد می‌تواند گروه‌بندی روستاییان ساکن در مناطق گردشگری بخش مرکزی شهرستان همدان را به دو گروه دارای رفتار کارآفرینانه و سایرین ( $G_2$ ,  $G_1$ ) به-طور صحیح انجام دهد.

### نتیجه‌گیری‌ها و دستاوردهای علمی - پژوهشی

یکی از سیاست‌های اجرایی که می‌تواند در تحقق بخشی به توسعه پایدار روستایی نقش ایفا کند، مسئله تأمین اشتغال و بهبود درآمد روستاییان، به ویژه در مناطق روستایی که علاوه بر تولید محصولات کشاورزی دارای پتانسیل‌های خاص و ویژه‌ی دیگری همانند پتانسیل‌های گردشگری (اکوتوریسم، گردشگری تاریخی، گردشگری مذهبی، و ...) هستند است. با بررسی‌های انجام شده، به لحاظ نظری این نتیجه به دست می‌آید که با وجود مطالعات و تجربیات جهانی موجود در زمینه کارآفرینی و شیوه‌های مختلف و نیز عوامل مؤثر در توسعه آن، هنوز شاهد تحول چندانی در این زمینه نیستیم؛ زیرا، با وجود مقبول واقع شدن کلیت موضوع، هریک از مطالعات انجام شده به عوامل خاصی از جمله عوامل خارجی و محیطی منطقه مورد نظر پرداخته‌اند و حتی در مواقعی نیز به عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی پرداخته‌اند، اما، حلقه‌ی گم شده در این مطالعات توجه به خود انسان به عنوان اصلی‌ترین عامل کارآفرینی می‌باشد و به عبارتی دیگر، مطالعات بسیار محدودی را می‌توان پیدا کرد که به بررسی خود انسان یا خود شخص کارآفرین پرداخته باشد. لذا، هدف از مطالعه حاضر بررسی سازه‌های مؤثر بر رفتار کارآفرینانه در زمینه در مناطق گردشگری شهرستان همدان که به صورت موردی در مناطق گردشگری بخش مرکزی انجام شده است، می‌باشد. به عبارتی دیگر، در این مطالعه با استفاده از مدل تحلیل تشخیص، به بررسی و تشخیص ویژگی‌های افراد روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان که دارای رفتار کارآفرینانه در زمینه گردشگری بوده و هستند، پرداخته شده است. نتایج نشان داد، حدود ۴۲ درصد از افراد مورد مطالعه در مناطق روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان هیچ‌گونه فعالیت اقتصادی یا کسب و کاری در زمینه گردشگری که باعث کسب درآمد برای خانوار خود شود، ندارند. از طرفی دیگر، نتایج اولیه نشان داد، اکثریت افراد مورد مطالعه به لحاظ شاخص‌های مربوط به روحیه، قصد و نیت کارآفرینانه در سطح متوسط به پایین قرار دارند. اعتماد به نفس از عوامل مهم و تأثیرگذار در شروع هر ایده و اجرایی کردن آن می‌باشد. در صورت عدم وجود اعتماد به نفس مناسب در فرد مورد نظر برای ایجاد کسب و کار و رفتارهای کارآفرینانه، قطعاً آن فرد هیچ وقت به سمت رفتارهای ریسکی اقتصادی، ایده‌های ریسک‌پذیر و به عبارتی ایجاد کسب و کارهای جدید در زمینه گردشگری نخواهد رفت. لذا، یکی از عوامل که باعث شده ۵۰ درصد از روستاییان مورد مطالعه در مناطق گردشگری بخش مرکزی شهرستان همدان دارای رفتارهای ریسکی کم و خیلی کمی در زمینه ایجاد کسب و کار و رفتارهای کارآفرینانه داشته باشد، عدم اعتماد به نفس مناسب است.

با مقایسه ویژگی‌های افراد دارای رفتار کارآفرینانه با سایر روستاییان مورد مطالعه، مشخص شد که روستاییان دارای رفتارهای کارآفرینانه (ایجاد کسب و کارهای مختلف در زمینه گردشگری) جوان‌تر بوده (میانگین سن ۳۷/۵ سال) و از طرفی دیگر، نیز دارای سطح سوادی بالاتر می‌باشند که این دو عامل، یعنی نیروی جوانی و سطح سواد بالاتر باعث خواهد شد که افراد مورد نظر به دنبال کارها و ایده‌های جدید رفته و براحتمی خسته نشده و ایده خود را کنار نذاشته و در صورت نیاز به اطلاعات جدید، با مراجعه به افراد و کارشناسان خبره در زمینه مورد نظر و حتی حضور

در کلاس‌های آموزشی مختلف، اطلاعات لازمه را کسب خواهند نمود. افراد مورد نظر، به لحاظ سطح درآمد خانوار از کشاورزی دارای درآمدی بیشتر (۱۴/۷۶ میلیون تومان در سال) بوده و به لحاظ کسب درآمد فقط به یک شغل و یا یک منبع درآمد بسنده نمی‌کنند و همین عامل نیز در سطح درآمد کل سالانه آنها داری تأثیر بوده و باعث خواهد شد که ریسک یا روحیه خطرپذیری مالی آنها نیز افزایش یابد. به عبارتی دیگری در کسب و کارهای جدید در بخش گردشگری که نیازمند سرمایه‌گذاری و ریسک مالی دارد، راحت‌تر نسبت به سایر روستاییان مورد مطالعه ورود کرده و ایده‌های خود را اجرایی خواهند نمود. همچنین، براساس موارد گفته شده در مورد خصوصیات روستاییان دارای رفتار کارآفرینانه، می‌توان گفت در نتیجه آن افراد خلاق‌تر، دارای اعتماد به نفس بالاتر، دنبال استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی با نیت و قصد کارآفرینانه و به صورت کلی در ایجاد کسب و کار در زمینه گردشگری ریسک‌پذیرتر می‌باشند.

نتایج نهایی مدل تحلیل تشخیصی نشان داد، متغیرهای سن (منفی)، سطح تحصیلات، درآمد خانوار از بخش کشاورزی، خلاقیت، اعتماد به نفس و قصد و نیت کارآفرینانه با درصد صحت حدود ۶۸ درصد می‌توانند روستاییانی که دارای رفتار کارآفرینانه در زمینه گردشگری ساکن در بخش مرکزی شهرستان همدان بوده را از سایر افراد روستایی جدا کرده و گروه‌بندی نمایند و به عبارتی دیگر این متغیرها در بین افراد دارای رفتار کارآفرینانه برجسته‌تر و پراهمیت‌تر بوده و برای تشویق روستاییان دیگر برای انجام رفتارهای کارآفرینانه باید به مطالعه و بررسی بیشتر این متغیرها پرداخته شود. لذا، براساس نتایج بدست آمده و در جهت توسعه هرچه بیشتر ظرفیت‌های کارآفرینی بخش گردشگری می‌توان پیشنهادهای زیر را عنوان نمود:

- باتوجه به منفی بودن متغیر سن در مدل نهایی این مطالعه پیشنهاد می‌شود به جوانان جویای نام مناطق روستایی بهای بیشتر داده شود و در جهت شکوفا شدن ایده‌های قشر جوان روستایی کلاس‌های آموزشی و فنی - حرفه‌ای مخصوص مناطق روستایی دارای پتانسیل گردشگری برگزار شود و این دسته از افراد مورد نظر را هرچه بیشتر با پتانسیل‌ها و فرصت‌های نهان در زمینه ایجاد کسب و کار در زمینه گردشگری آشنا نمود.

- باتوجه به وارد شدن متغیر خلاقیت به مدل نهایی تحلیل تشخیصی، پیشنهاد می‌گردد دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خلاقیت برای مردم عادی به وسیله مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق برگزار گردد؛

- یکی از ویژگی‌های افراد دارای رفتار کارآفرینانه در روستاهای مورد مطالعه دارای درآمد بالای بخش کشاورزی است. بنابراین، می‌توان گفت بین درآمد کل خانوار و ایجاد رفتار کارآفرینانه در زمینه گردشگری در منطقه مورد مطالعه ارتباط مستقیمی وجود دارد. لذا، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ها و طرح‌های توسعه مناطق روستایی مورد نظر ابتدا در جهت توسعه بخش کشاورزی باشد که توسعه این بخش و کسب درآمد مناسب، ایده‌های خلاقانه در جهت کارآفرینی در سایر بخش‌ها در بین روستاییان راحت‌تر بوجود خواهد آمد.

## منابع

- Ahmadpour Daryani, M. (2002). [Entrepreneurship: Definitions, theories and models (Persian)]. Tehran: Pardis Publishers.
- Burns, P., (2001). Entrepreneurship and Small Business. Palgrave, England.
- Chell, E., (2008). The Entrepreneurial Personality: A Social Construction, Routledge, London.

- Cooper, A. C., Dunkelberg, W. C., & Woo, C. Y. (1988). Survival and failure: A longitudinal study. In B. A. Kirchoff, W. A. Long, W. E. McMullen, K. H. Vesper, & W. E. Wetzel Jr (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 225-37). Wellesley: Babson College.
- Ezami, A. (2011). [Factors affecting the success of rural cooperatives (Persian)] (MD thesis). Tehran: Allameh Tabatabai University.
- Ghasemi, J.; Asadi, A. (2010). Factor Analysis of Factors Affecting Entrepreneurial Mentality Factor Analysis of Factors Affecting Entrepreneurial Mentality of Graduate Students (Case Study: University College of Agriculture & Natural Resources, University of Tehran). *Agricultural Economics & Development*, 24(1): 13-22.
- Gurol, Y.; and Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics among University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education and Training*, 48(1), pp: 25-38.
- Hall, D., Kirkpatrick, I., Morag, M., (2005), *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon.
- Hall, J. K., Gregory, D. A., & Michael, J., (2010). Sustainable development and entrepreneurship: past contributions and future directions, *Journal of Business venturing*, 25,439-448.
- Heriot, K. C. and Campbell, N. D., (2002). A New Approach to Rural Entrepreneurship: A case study of two rural electric cooperatives, Available on: [http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedings DOC/USABE2005proceeding-Heriot%2030.pdf](http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedings%2030.pdf).
- Hosseini, Gh., & Fallai, H. (2017). [Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 8(1), 22-37.
- Imani Jajarmi, H.; Pour Rajab, P.; (2011). [Measurement and Analysis of Entrepreneurship Characteristics of Dehyaran by Emphasis on Peripheral Factors (Case Study: Villages Dehyaran of Miyandoab) (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 1(1): 67-96.
- Jafari Moghadam, S.; Zali M. R.; and Jalilzadeh, M. (2011). Student Entrepreneurial Inhibitory Factors: Studying the University of Tehran. *Journal of New Economy and Commerce*, 7(25-26): 27-51.
- Jamshidi, A. R.; Jamini, D.; Ghanbari, U.; and Toosi, R.; Pesaraklo, M. (2015). [Factors affecting the entrepreneurship development in agricultural production cooperatives Minodasht Township (Persian)]. *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*, 5(15): 211-225.
- Miller, D.; and Friesen, P. H., (1982). Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1): 1-25. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1505196>.
- Rasekhi, B.; Gholabali, R.; and Alibaigi, A.H.; (2016). [Investigating the role of competencies and environmental factors on the success of rural entrepreneurs in the Kermanshah Township (Persian)]. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 47(2): 521-532.
- Rezvani, M. R.; and Najjarzadeh, M. (2009). [Study and Analysis of Villagers, Background Knowledge on Entrepreneurship in the Process of Rural Development Case study: South Baraan District (Isfahan County) (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(2): 161-182.
- Roknodin Eftekhari, A., & Sajasi Gheidari, H. (2010). [Rural development with emphasis on entrepreneurship (Definitions, viewpoints and experiences) (Persian)]. Tehran: Samt.
- Roknodin Eftekhari, A., Pourtaheri, M.; and Fazli, N.; (2014). Analysis of Factors Affecting the Development of Entrepreneurship in Rural Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(8): 87-107.
- SafarAliakbari, M. and Sadeghi, H. (2017). Analysis of the underlying factors for the creation and growth of rural entrepreneurship Case: Dehdz section in Izeh city. 6(20): 97-117.
- Saghaii, M.; Javanbakht, Z.; (2012). The study of the Feasibility of Rural Tourism in North Khorasan (Case Study Esfidan). *Biannual Journal of Social Studied in Tourism*, 1(1): 51-62.
- Stevenson, P. (1989). *Vrouwelijek Ondernemerschap in Nederland 1994-1997*, A9821, EIM Business and Policy Research, Zoetermeer.
- Timmons, J.A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for 21st century* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Toosi, R.; Jamshidi, A. R.; & Taghdisi, A. (2015). Affecting factors in rural entrepreneurship (Case study: rural areas of Minodasht County). *Journal of Research & Rural Planning*, 3(8), 1-11.
- Tropman, J., & Morningstar, G. (1989). *Entrepreneurial Systems of the 1990*. New York: Green Wood Press Inc.
- Verheul, I. (2002). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*, Tinbergen Institute Discussion Paper Institute for Development Strategies University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Zali, M.; Rezvani, M.; Farsi, Y.; and Krdkhech, A (2012). *Assessment of Entrepreneurship Status in Iran*. First Edition, Tehran, published by the Institute of Labor and Social Security.